**НАПРАВЛЕНИЯ Конкурса**

**PR территорий: создание и развитие имиджа и бренда регионов и городов Российской Федерации**

Для повышения конкурентоспособности и привлекательности региона или города сейчас все чаще используются инструменты и методы PR. Чтобы эффективно продвигать территорию, важно воспринимать ее как единый бренд, то есть формировать образ единого восприятия, создавать определенный имидж, управлять репутацией на уровне локального восприятия, в масштабах страны и мира.

В рамках тематики участникам предлагается разработать модель бренда (имиджа) любого региона или города РФ и предложить способы ее продвижения. Выбор инструментов PR-продвижения, брендинга остается на усмотрение участников. К участию в Конкурсе также принимаются научно-исследовательские работы, посвященные вопросам брендинга территорий, выявлению успешных практик и подходов к продвижению российских регионов и городов.

В рамках конкурсной работы участники имеют возможность:

* провести анализ текущего восприятия территории, выявить существующие стереотипы, отличительные черты и уникальные особенности (исторические, климатические, ландшафтные, экономические, культурные и т.д.), которые могут быть использованы для продвижения территории;
* используя выявленные особенности и/или предложив новые «фишки», сформировать направления и способы брендинга территории, включая фирменный стиль региона или города, его визуальное оформление;
* сформировать PR-стратегию для территории и разработать программу ее реализации, используя комплекс коммуникационных мероприятий по продвижению бренда;
* провести глобальное (в масштабах всей страны) исследование различных аспектов PR территорий с целью формирования качественной научной базы для укрепления имиджа и бренда регионов и городов Российской Федерации.

**Изменение потребительской культуры в России и переход к концепции устойчивого потребления**

В условиях экономической нестабильности актуальность коренного пересмотра культуры потребления в России и перехода к концепции устойчивого потребления возрастает.

Устойчивое потребление подразумевает такую модель, которая приводит к достижению качественного улучшения уровня жизни населения и состояния окружающей среды за счет перехода к потреблению более «экологически рациональных» товаров и услуг. «Экологически рациональными» товарами и услугами в данном контексте признаются такие товары и услуги, производство и (или) реализация которых не сопряжены с загрязняющими либо разрушающими окружающую среду технологиями, невосполнимым (некомпенсируемым) истощением природных ресурсов, либо эксплуатацией и нарушением прав человека, само по себе потребление не является опасным для жизни и не несет вреда здоровью человека и животных, а отходы производства и потребления таких товаров и услуг пригодны для 100%-ной утилизации в условиях коммунальной инфраструктуры.  Неизбежная стабилизация объемов потребления в пересчете на душу населения при этом достигается за счет перехода к более качественным услугам и товарам, долговечным (подлежащим полноценному ремонту) товарам, а не в ущерб качеству жизни.

Принцип ответственного производства и потребления лежит в основе Плана Unilever по устойчивому развитию и повышению качества жизни. План охватывает весь портфель брендов компании и все страны, где Unilever ведет свою деятельность. Говоря о воздействии на окружающую среду, Unilever подразумевает все этапы жизненного цикла продукции – от закупки сырья и производства продукции до ее потребления. По внутренним оценкам компании, 67% воздействия на окружающую среду возникает на этапе использования продукции потребителем. Именно поэтому изменение потребительского поведения и потребительского восприятия является одной из первоочередных задач Unilever.

В рамках тематики к участию в Конкурсе принимаются научно-исследовательские и проектные работы, посвященные концепции устойчивого потребления и способам изменения культуры потребления в России.

В рамках конкурсной работы участникам предлагается:

* провести анализ существующей культуры потребления в России, выявить ее характеристики и отличия от культуры потребления в других регионах мира;
* определить основополагающие факторы, влияющие на формирование существующей культуры потребления в России;
* сформировать стратегию повышения осведомленности российского населения о важности устойчивой модели потребления на основе, в частности, образования, общественной и потребительской информации, рекламы и других средств коммуникации с учетом местных, национальных и региональных культурных ценностей;
* предложить инструменты (в т.ч. маркетинговые), позволяющие достичь коренных изменений в потребительском поведении российского населения;
* определить показатели для оценки достигнутого прогресса.

**Гражданское общество в независимой оценке эффективности социальной сферы**

Гражданское общество (НКО, объединения, отдельные граждане) может предложить гибкие инструменты для независимой оценки эффективности социальной сферы в условиях бюджетных ограничений. При этом реальное внедрение таких инструментов и нивелирование сопротивления государственной системы к внешним воздействиям является не менее, а зачастую и более сложной задачей, чем разработка самого механизма оценки.

В рамках данной тематики участникам предлагается разработать модель независимой оценки какой-либо социальной услуги, социального учреждения либо целой социальной сферы и предложить способы ее реализации. В настоящее время на всей территории России происходит процесс внедрения независимой оценки качества оказания социальных услуг в сферах образования, здравоохранения, культуры, физкультуры и спорта, социальной защиты. Предметом работ, представленных на конкурс, может быть анализ данного процесса на местном уровне и разработка рекомендаций для повышения эффективности института независимой оценки. К участию в Конкурсе также принимаются научно-исследовательские работы, посвященные выявлению и анализу успешных практик и подходов к оценке с привлечением гражданского общества в России и за рубежом.

В рамках конкурсной работы участникам предлагается:

* провести анализ существующих практик оценки в социальной сфере с участием гражданского общества в России и других странах;
* сформировать модель оценки социальной услуги, социального учреждения или социальной сферы со стороны гражданского общества;
* предложить стратегию внедрения модели, позволяющую обеспечить проведение оценки и последующее использование её результатов.

**Построение концепции развития Крымского федерального округа: от дотационного региона – к региону со сбалансированным бюджетом**

Одной из очевидных проблем обеспечения устойчивого экономического развития Крымского федерального округа (КФО) является дефицит регионального бюджета и необходимость его федерального субсидирования. В то же время у Крыма есть все необходимое для того, чтобы достигнуть сбалансированности бюджета.

В рамках данной тематики участникам предлагается разработать концепцию развития Крымского федерального округа, которая позволит достигнуть сбалансированного бюджета в долгосрочной перспективе, основываясь на исторических особенностях и уровне развития региона, существующей структуре его экономики и ее перспективных направлениях, социально-демографической ситуации, влиянии перехода в российское правовое и экономическое поле, а также других факторах.

В рамках конкурсной работы участники имеют возможность:

* провести анализ факторов, влияющих на размеры доходной и расходной частей бюджета и его баланс (в т.ч. на основе математического моделирования);
* выделить ключевые отрасли экономики КФО, акцентированное развитие которых будет способствовать достижению сбалансированного бюджета;
* на основе полученных результатов сформулировать и предложить концепцию развития Крымского федерального округа с учетом основных направлений развития Российской Федерации;
* выработать шаги по реализации предложенной концепции.